
ПЕРВАЯ СТЕПЕНЬ

А.С. ДЁГТЕВ *

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ ОБ ОТНОШЕНИЯХ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В РОССИИ

Аннотация: Эволюция модели отношений государства и бизнеса в пост-советской России нашла отражение в отечественных политологических исследованиях. Их можно разделить на четыре предметные категории: системные аспекты отношений, GR и лоббизм, экономическая политология и корпоративная социальная ответственность.

Ключевые слова: джиар; лоббизм; экономическая политология; корпоративная социальная ответственность (КСО).

A.S. Degtev

Russian political science analysis of government-business relations in Russia

Abstract. The evolution of government-business relations in Russia has been analyzed by numerous Russian researchers. For subjects can be pointed out within government-business relations studies: systemic elements of relations, GR and lobbying, economic political science and corporate social responsibility.

Keywords: GR; lobbying; economic political science; corporate social responsibility (CSR).

* **Дёгтев Андрей Сергеевич**, аспирант кафедры сравнительной политологии МГИМО (У) МИД РФ, эксперт Центра научной политической мысли и идеологии, e-mail: andrej.dyogtev@gmail.com

Andrew Degtev, Moscow State Institute of International Relations, MFA Russia (Moscow, Russia), Centre for Scientific and Political Thought and Ideology (Moscow, Russia), e-mail: andrej.dyogtev@gmail.com

После распада СССР в России начались бурные процессы демократизации и перехода к рынку, т.е. одновременно происходили два перехода – от автократии к демократии и от административно-плановой экономики к рыночной. Одним из главных итогов изменений в экономической сфере стало появление бизнеса как самостоятельного политического игрока. Достаточно быстро сформировались новая сфера политического взаимодействия – отношения власти и бизнеса – и, как следствие, новый предмет для изучения политической наукой.

За последующие два с лишним десятилетия российская политическая наука накопила внушительный багаж знаний об отношениях власти и бизнеса в нашей стране. В тематическом плане можно выделить четыре основных направления исследований в рамках обозначенного предмета:

- рассмотрение системных аспектов отношений власти и бизнеса;
- GR и лоббизм;
- экономическая политология;
- корпоративная социальная ответственность.

Системные аспекты отношений власти и бизнеса

Под системными аспектами отношений власти и бизнеса имеются в виду общие принципы и особенности взаимодействия государственных органов власти и предпринимательского сообщества, которые образуют особую сферу межсубъектных коммуникаций, являющуюся, в свою очередь, элементом политической системы страны. Развитие отношений власти и бизнеса в России в 1990-е – 2000-е годы нашло отражение в многочисленных работах отечественных авторов.

Система взаимодействия государства с бизнес-сообществом в России претерпела ряд изменений на протяжении двух с половиной десятилетий, прошедших с распада СССР. Однако поистине фундаментальные трансформации произошли в ней в начале 2000-х годов; они были связаны с деятельностью президента В. Путина. Переустройство модели отношений власти и бизнеса, которое имело место в те годы, было детально изучено и описано российскими политологами. Их общая точка зрения заключается в

том, что в начале 2000-х годов был осуществлен переход от отношений равноправного диалога бизнеса с властью к логике подчинения предпринимательского сообщества государству.

Как пишет В. Фокин, в 1990-е годы «почти официально был учрежден круг своего рода «доверенных олигархов», т.е. наиболее крупных предпринимателей. Лица и компании из этой категории пользовались при поддержке президентской власти неограниченными льготами в вопросах приватизации, а в дальнейшем – при получении государственных заказов» [Фокин, 2011, с. 62].

Встраивание олигархов в систему государственной власти происходило по мере роста их экономического могущества. Если в первые годы реформ говорили о «новой» или «демократической» номенклатуре и «номенклатурном капитализме», то позднее все чаще стали упоминаться «олигархия» и «олигархический капитализм» [Зудин, 2006, с. 130]. Переломный же момент наступил во время президентских выборов 1996 г. Чтобы избраться на второй срок, Б. Ельцин обратился за помощью к крупному бизнесу. «Ценой вопроса» стала передача огромных государственных активов компаниям – спонсорам избирательной кампании Б. Ельцина (известные залоговые аукционы 1995–1996 гг.)... Свидетельством окончательной победы «олигархической» модели элитообразования стал состав сформированного летом 1996 г. правительства, представшего в качестве сообщества отраслевых лоббистов» [Гаман-Голутвина, 2008, с. 106].

Но этой системе не было суждено просуществовать долго. Первый удар по благополучию олигархического корпуса нанес дефолт 1998 г. «К моменту избрания В. Путина на пост Президента России распад «олигархической» модели, утвердившейся во взаимоотношениях между властью и бизнесом в последний период правления Б. Ельцина, принял фактически необратимый характер» [Зудин, 2001 б, с. 171].

Окончательную точку в процессе ухода от модели «олигархической координации» поставил новый президент В. Путин. При нем был провозглашен принцип «равноудаленности» власти в отношениях с представителями предпринимательского сообщества. Новая формула взаимодействия бизнеса с государством означала «благоприятный предпринимательский климат в обмен на политическую лояльность» [Зудин, 2001 б, с. 180]. Конечно, в новой реальности предприниматели не лишались возможности получить

привилегированный статус в отношениях с государственными органами. Однако «если раньше он означал прямое или косвенное участие в принятии важнейших решений, то теперь – это лишь право на доступ в “гостиную” большой политики. Вход же на “кухню”, где готовятся и принимаются важнейшие решения, оказался прочно закрыт» [Зудин, 2001 а, с. 213]. Те олигархи, которые активно выступили против предложенных правил игры, не сумели эффективно противостоять государству. Б. Обрамович и В. Гусинский были вынуждены покинуть страну после открытых на них уголовных дел. М. Ходорковский был арестован, а затем и признан виновным в уклонении от уплаты налогов.

Произошедшие изменения вполне соотносились с исторической логикой архетипов власти в России. Как заметила О. Гаман-Голутвина, «те, кто рассчитывал получить карманного президента, были плохо знакомы с русской историей. В России не только поэт – больше, чем поэт: верховная власть здесь значит много больше, чем в западном политикуме» [Гаман-Голутвина, 2006]. По сути государство вернуло себе ту доминирующую роль, которая всегда была свойственна ей ввиду особенностей российской политической культуры.

Одновременно происходила институционализация диалога власти с бизнесом. При правительстве был создан Совет по предпринимательству. Начались регулярные встречи с советами и ассоциациями предпринимателей. Сильно возросла роль РСПП. В его составе было создано бюро, в которое вошли крупнейшие бизнесмены страны. При непосредственной роли государства были созданы объединения, отражающие интересы преимущественно малого и среднего бизнеса, – «Опора России» и «Деловая Россия». В 2004 г. был создан Координационный совет, объединивший представителей «Деловой России» и «Опоры» с целью выработки общей позиции для ее трансляции государству.

После закрепления новых правил взаимодействия государства с деловым сообществом при президенте В. Путине одной из наиболее популярных тем политологических исследований в этой области стали объединения бизнеса – главным образом ассоциации. Повышенный интерес к ним был вызван относительным ростом их влияния. Та часть бизнеса, которая лишилась возможности контактировать с властью напрямую, перешла к реализации своих интересов через отраслевые сообщества. Активизация строительства

ассоциаций и повышения интенсивности взаимодействия государства с ними даже позволили поставить вопрос о формировании в России неокорпоративной модели [Зудин, 2001 б].

Проблематика профессиональных объединений бизнеса была подробно рассмотрена рядом авторов. Обширное исследование российских ассоциаций было проведено в рамках серии «Независимый экономический анализ» [Яковлев, 2010]. Авторы рассмотрели стимулы к созданию ассоциаций, их внутреннюю организацию и направления деятельности. Проанализировали основные аспекты взаимоотношений бизнес-ассоциаций с государством. Оценили масштабы участия промышленных предприятий в бизнес-ассоциациях. Примечательно, что эмпирический материал собирался исследователями не в режиме стороннего наблюдения, а, что называется, из первых рук – путем проведения большого количества интервью с представителями делового сообщества.

А. Зудин проанализировал эволюцию отношений власти с бизнес-ассоциациями в течение 2000-х годов [Зудин, 2010]. Он выявил такие отличительные черты позднего образца взаимодействия ассоциаций с государством, как консолидация ассоциаций, их интеграция в политико-институциональный порядок, инициирование ассоциаций отдельными компаниями, переориентация на вопросы макроэкономического развития, возрастание консультационной роли бизнеса и наделение ассоциаций функциями саморегулирования.

Политические стратегии групп интересов делового сообщества А. Зудин разделяет на «лоббизм», электоральную стратегию и институционализацию, под которой понимается официальное закрепление бизнесом своего присутствия в системе органов власти и управления [Зудин, 1996].

Конечно, накопленный исторический опыт отношений власти и бизнеса в постсоветской России требовал не только специализированных разработок, но и системного обобщения. В качестве примеров таких работ можно привести исследование под редакцией С. Перегудова [Перегудов, Лапина, Семененко, 1999] и работу Я. Паппэ и Я. Галухиной [Паппэ, Галухина, 2009].

С. Перегудов, Н. Лапина и И. Семененко проанализировали истоки и эволюцию российской системы функционального представительства, начиная с советских времен. Рассмотрели политическую роль предпринимательских ассоциаций. Описали техноло-

гии и проблемы лоббизма в постсоветской России. Провели сравнение российских реалий с практиками коллективного представительства интересов бизнеса в ЕС и т.д. Исследование Перегудова и его коллег позволило фундаментально осмыслить тот путь, который прошла российская система отношений власти и бизнеса к концу 1990-х годов.

Спустя десятилетие Я. Паппэ и Я. Галухина провели не менее обширный анализ системной роли крупного бизнеса в России. Их исследование имеет главным образом экономический характер и посвящено истории российского бизнеса. Однако политический аспект взаимодействия бизнеса и государства проходит рефреном через всю работу. Авторы рассмотрели этапы и механизмы формирования интегрированных бизнес-групп и компаний. Выявили фундаментальные сдвиги в системе включенности отечественного бизнеса во внутренние и внешние политические и экономические процессы. Классифицировали интегрированные бизнес-группы и компании.

GR и лоббизм

GR (government relations) является особой формой «информационно-коммуникационной системы в политической сфере, представляющей совокупность информационных потоков, которые постоянно формируются вокруг целенаправленных взаимодействий представителей бизнеса и государства и способны к своему устойчивому воспроизведению благодаря деятельности специально создаваемых организационных структур» [Сергеев, с. 106]. Иными словами, GR отвечает за построение устойчивых связей бизнеса с властным сообществом. GR направлен на минимизацию регулятивных рисков, оптимизацию законотворческой и законоисполнительной деятельности.

Конечно, GR в значительной мере представляет собой не столько научную отрасль знания, сколько набор чисто прикладных навыков и разработок, реализуемых специалистами в недрах бизнес-структур. Юридические фирмы, GR-агентства, структурные подразделения коммерческих фирм постоянно работают в сфере налаживания диалога с властью. Одним словом, речь идет о специализированном ремесле. Тогда возникает вопрос, в чем же за-

ключается функция политической науки для GR. На самом деле она имеет несколько проявлений.

Во-первых, политологические исследования помогают сформулировать универсальные стратегии поведения бизнеса. Иными словами, политология в сфере GR вырабатывает типовой алгоритм воздействия на власть в стандартных ситуациях [Дегтярёв, 2013].

Во-вторых, политическая наука производит научное описание того, что происходит в сфере GR, систематизирует и обобщает накопленные сведения.

В-третьих, политология занята построением научных теорий в сфере GR.

В-четвертых, GR как научная дисциплина ищет пути применения зарубежного опыта регулирования отношений власти и бизнеса в российских условиях [Котиев, 2009].

Родственной GR-дисциплиной является лоббизм. Их предметы настолько близки, что часто между ними ставится знак равенства. В действительности отличительной чертой лоббизма является его практический характер. Если произносится слово «GR», политолог прежде всего имеет в виду устойчивую систему отношений между бизнесом и властью, то говоря о лоббизме, он скорее представляет себе совокупность отдельных практик продвижения деловых интересов в государственных учреждениях. Как отмечает И. Дмитриев, «основная задача специалиста в области GR определяется уже не как решение конкретной проблемы, а как установление неформального диалога с властью. “Джигарщики” – строители прочных мостов, ведущих из корпорации во властные структуры. Впоследствии по этим “мостам” пройдут лоббисты с конкретными “интересными” предложениями» [Дмитриев, 2005].

Отечественной наукой был наработан существенный багаж знаний в сфере GR и лоббизма. Анализ зарубежного опыта в приложении к российской специфике позволяет выработать нетривиальные модели организации системы представительства интересов бизнеса в нашей стране. Однако, к сожалению, распространение коррупционных практик в административно-политическом процессе и активное включение в них бизнес-сообщества препятствуют реализации эффективных теоретических наработок и рекомендаций. Принятие закона о лоббизме позволило бы продвинуться в направлении решения этой проблемы.

Экономическая политология

Попыткой выделить новые грани предмета отношений бизнеса с государством и обществом стало выдвижение новой дисциплины – экономической политологии. Экономическая политология по сути ориентируется на консультационное сопровождение деятельности бизнеса в той или иной стране. Именно поэтому помимо традиционного предмета политологии в виде социальных отношений по поводу власти она затрагивает и вопросы извлечения прибыли. Если говорить более конкретно, то к предметному полю экономической политологии относятся обеспечение политической безопасности бизнеса, профилактика политических рисков, а также выработка оптимальной стратегии поведения в отношении общества и государства в стране пребывания.

Фокус экономической политологии соседствует с предметной сферой GR. Однако он явно шире, так как не только включает в себя вопросы связей с административно-правительственными органами, но и рассматривает политическую субъектность бизнеса, который для экономической политологии превращается из актора, всего лишь воздействующего на власть, в претендента на то, чтобы самому стать властью.

Предметное поле экономической политологии А.Д. Богатуров делит на четыре блока.

Во-первых, «специфические преломления предметов теоретико-методологического цикла политологии».

Во-вторых, политическая безопасность бизнеса – правовые основы ведения бизнеса, анализ политических рисков, типология конфликтов, анализ способов воздействия государства на бизнес.

В-третьих, роль общественного мнения и общественных ожиданий в отношении бизнеса.

Наконец, механизмы влияния бизнеса на власть и страновые особенности лоббизма [Богатуров, 2011].

Экономическая политология является молодой подотраслью политической науки. Она ориентируется на накопление и систематизацию опыта отношений между бизнесом, властью и обществом в разных странах мира, не обходя стороной и Россию.

Корпоративная социальная ответственность

Корпоративная социальная ответственность (КСО) заключается в том, что бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта / услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом [Туркин, 2007]. На первый взгляд, КСО не имеет прямого отношения к предмету политологии. В определенной степени это утверждение соответствует правде. Изучение КСО действительно является неотъемлемой частью менеджмента. Однако в этой науке она изучается в основном с точки зрения планирования стратегии фирмы. Иными словами, политический аспект взаимодействия с государственными органами интересен не столько теоретикам менеджмента, сколько политологам. В первую очередь исследователей в области менеджмента волнуют технические вопросы организации коммерческой деятельности предприятия и его взаимодействия со стейкхолдерами. Однако сфера взаимодействия с государством в ходе реализации социально ответственной деятельности фирмы имеет особое значение как минимум по двум причинам.

Во-первых, роль государства является определяющей для фирмы. Государство является главным регулирующим политическим субъектом в обществе, именно за ним остается последнее слово при определении общих правил игры.

Во-вторых, социальная ответственность является пространством столкновения и согласования интересов бизнеса и государства. Согласно теории просвещенного эгоизма КСО рассматривается как своеобразный бизнес. Расходы фирмы на КСО, по мнению сторонников данного подхода, несмотря на сокращение прибыли в краткосрочном периоде, позволяют добиться долгосрочного экономического эффекта, так как дают возможность создать благоприятное социальное окружение, а значит, обзавестись ценным социальным капиталом.

Значительная часть российских работ, посвященных корпоративной социальной ответственности, представляют собой анализ эволюции западных подходов к этой теории. Например, масштабный обзор теории КСО провел Ю. Благов, выделив несколько этапов в ее развитии и рассмотрев основные подходы, среди которых присутствуют корпоративная социальная восприимчивость, корпоративная социальная деятельность, концепция заинтересован-

ных сторон, корпоративное гражданство и корпоративная устойчивость [Благов, 2010]. Концепцию корпоративного гражданства всесторонне рассмотрел С. Перегудов [Перегудов, 2006]. Однако далеко не все работы посвящены сугубо теоретическому аспекту. Помимо обзорного характера многие исследования имеют явное прикладное значение, так как нацелены на поиск способов применения зарубежного опыта для России [Перегудов, 2008; Семененко, 2005; Витковская, 2007].

Часть литературы посвящена изучению собственно российских реалий КСО [Туркин, 2007; Лапина, 2006]. Основные особенности российской практики КСО и ее отличия от зарубежных аналогов достаточно подробно осмыслены в российском научном дискурсе. Несмотря на то что масштабы участия российского бизнеса в социальных практиках относительно велики, присутствуют существенные различия на уровне мотиваций и структуры благотворительной деятельности в России и на Западе [Туркин, 2007].

К сожалению, ни общество, ни государство не в состоянии пока сформировать полноценный запрос на социальную ответственность бизнеса, как это происходит на Западе [Яровой, 2009].

Заключение

Отношения власти и бизнеса являются многогранным и динамичным предметом для изучения. Сфера взаимодействия государства и предпринимательского сообщества не только является политологической областью исследований, но и затрагивает локус специализации иных дисциплин. К наукам, делящим с политологией данное тематическое поле, относятся экономика и менеджмент, социология и право. Это открывает возможность для междисциплинарных исследований. Однако политический аспект деятельности бизнеса остается специфическим полем исследования именно политологии.

С момента распада СССР и перехода к рынку отечественная политология шла нога в ногу с процессом эволюции отношений власти и бизнеса. Был накоплен существенный массив исследований в этой сфере. Помимо ставших уже классическими предметных политологических жанров в сфере отношений власти и бизнеса появляются и новые дисциплинарные направления. Например,

экономическая политология. Возможная трансформация российской экономической модели может открыть новые грани для всестороннего изучения системы координации государства и делового сообщества.

Список литературы

- Бизнес-ассоциации в России: внутренняя структура, эволюция отношений с государством, роль в модернизации экономики. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ» / Под ред. А.А. Яковлева. – М.: Московский общественный научный фонд; Автономная некоммерческая организация «Проекты для будущего: научные и образовательные технологии», 2010. – № 219. – 190 с.
- Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
- Богатуров А.Д. Понятие экономической политологии и особенности ее проблемного поля в России // Полис: Политические исследования. – М., 2011. – № 4. – С. 8–19.
- Витковская Л. Социальная ответственность бизнеса и государства в обществе // Проблемы теории и практики управления. – М, 2007. – № 4. – С. 41–49.
- Гаман-Голутвина О.В. Политические элиты России: веки исторической эволюции. – М.: РОССПЭН, 2006. – 448 с.
- Гаман-Голутвина О.В. «Революция элит» как реальность постсоветской России. Приватизация государства в условиях «демократии беспорядка» 1990-х гг. // Политические отношения и политический процесс в современной России: Хрестоматия / РАН. ИНИОН; Ред. и сост. Е.Г. Пономарева. – М., 2008. – Т. 2. – С. 104–117.
- Дегтярёв А.А. Проблема учета «внешних» и «внутренних» правил при осуществлении GR-работы в современной России // Корпоративное управление и социальная ответственность бизнеса / Под ред. Е.Б. Завьяловой, В.Б. Кондратьева. – М.: МГИМО-Университет, 2013. – С. 270–282.
- Дмитриев И. Джиар в России больше, чем пиар // Версия. – М., 2005. – 14 марта.
- Зудин А.Ю. Ассоциации бизнеса и государство: что изменилось? – М., 2010. – Режим доступа: <http://opes.hse.ru/data/2010/03/15/1233446158/Zudin-Doklad-11-03.pdf> (Дата посещения: 13.02.2016.)
- Зудин А.Ю. Бизнес, ассоциации и государство: сравнительный анализ отношений на Западе и в «постсоциалистических» странах // Технологии политики. – М., 2006. – С. 109–142.
- Зудин А.Ю. Неокорпоративизм в России? Государство и бизнес при Владимире Путине // Pro et Contra. – М., 2001 (а). – Т. 6, № 4. – С. 171–198.
- Зудин А.Ю. Россия: бизнес и политика. Стратегия власти в отношениях с группами давления бизнеса // МЭиМО – М., 1996. – № 5. – С. 17–25.

- Зудин А.Ю.* Бизнес и государство: к новой модели взаимоотношений // Кто и куда стремится вести Россию? Актеры макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / Под общ. ред. Т.И. Заславской. – М.: МВШСЭН, 2001 (6). – С. 212–219.
- Котиев Д.* Интересен ли для России опыт Запада в области GR // Власть. – М., 2009. – № 11. – С. 118–120.
- Лапина Н.* Социальная ответственность бизнеса: какое будущее для России? // Мировая экономика и международные отношения. – М., 2006. – № 6. – С. 31–38.
- Перегудов С.П.* Группы интересов и Российское государство / С.П. Перегудов, Н.Ю. Лапина, И.С. Семенов. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 350 с.
- Перегудов С.П.* Корпоративное гражданство как новая форма отношений бизнеса, общества и власти / РАН. ИМЭМО. – М., 2006. – 194 с.
- Перегудов С.П.* Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.
- Российский крупный бизнес: первые 15 лет: экон. хроники 1993–2008 / Под ред. Я.Ш. Папэ, Я.С. Галухиной. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2009. – 423 с.
- Семенов И.С.* Корпоративное гражданство: западные модели и перспективы для России // Полис: Политические исследования. – М., 2005. – № 5 – С. 23–40.
- Сергеев В.* Тенденции политического взаимодействия бизнеса и государства в современной России // Власть. – М., 2013. – № 7. – С. 105–108.
- Туркин С.В.* Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 381 с.
- Фокин В.Ю.* Политическая практика государственно-частного партнерства в России // Полис: Политические исследования. – М., 2011. – № 4. – С. 60–69.
- Яровой А.* Возможности власти в развитии социальной ответственности российского бизнеса // Власть. – М., 2009. – № 10. – С. 15–19.